

moebel.de Einrichten und Wohnen AG

Expertenbeitrag: Bilder, Bilder und nochmals Bilder

Der folgende MÖBELMARKT-Experten-Beitrag wird Ihnen von zur Verfügung gestellt. Form, Stil und Inhalt liegen allein in der Verantwortung des Autors [moebel.de Account Management](#). Die hier veröffentlichte Meinung kann daher von der Meinung der Redaktion oder des Herausgebers abweichen.

Das Must Have des Onlinehändlers

Montag, 19.02.2018

Ganz besonders im Möbelgeschäft ist die subjektive Vorstellungskraft des Users gefragt, um ihn vom Online-Kauf zu überzeugen. Immerhin soll das Möbelstück der Begierde im heimischen Umfeld platziert werden und je nach Art auch praktisch und bequem sein. Bis auf wenige Ausnahmen ist es daher sehr schwer dem potentiellen Käufer ein umfassendes Bild über Größe, Beschaffenheit und Stil des Artikels so zu vermitteln, so dass er auch ohne reellen Kontakt bereit ist, höhere Summe zu investieren.

In diesem Sinne sollten Online-Händler auf eine hohe Quantität und Qualität der Bilder achten, um die Vorzüge und die Ausführung ihrer Produkte zu vermitteln. Erfahrungsgemäß konvertieren solche Produktanzeigen am besten, die das Möbelstück im Kontext seiner Benutzung zeigen, damit Dimension und Funktionalität schnell vermittelt werden können. User erhalten somit ein ganzheitliches Bild und zusätzliche Inspiration, wie sie den Einrichtungsgegenstand optimal in ihre gewohnte Wohnwelt integrieren oder eine neue Gestaltung aussehen könnte.

Für das Hauptbild empfiehlt es sich folglich ein Millieubild zu wählen. Größen können gut vermittelt werden, indem z.B. bekannte Objekte ins Bild integriert werden – unter der Höhe eines Raumes oder der Breite eines (standardmäßigen) Fensters kann sich die Mehrheit der Online-Suchenden etwas vorstellen. Auch Menschen können dargestellt werden (z.B. beim Sitzen), sofern sie nicht den Fokus auf sich lenken. Gefolgt werden sollte dieses erste Bild von Darstellungen deskriptiven Charakters. Zeigen Sie das Produkt aus unterschiedlichen Perspektiven; von nahem, um das Material und die Farbe besser einschätzen zu können oder mit geöffneten Elementen (ausgezogenes Sofa, geöffneter Bettkasten, geöffnete Schranktür etc.).

Letztendlich gilt, je mehr Eindruck der User vom Artikel erhält, desto wahrscheinlicher ist ein Kauf. Dies ist übrigens auch ein gute Möglichkeit, um sich gegen Konkurrenten mit ähnlichen Produkten durchzusetzen.

Bilder, Bilder und nochmals Bilder